

(上接第7版)



播前准备 结合读者偏好选品

福建漳州市新华书店在今年的4·23图书直播中,采取本地生活的方式,直播间利用抖音本地生活板块的预告功能,提前5天发布直播预告视频引流至抖音本地生活板块,视频内容突出世界读书日主题,展示直播中的特色图书、优惠福利等。视频发布时间在下午5点,发布频率保持每天1次,直播开播前1小时再发布一条提醒视频。此外,还在抖音平台本地生活频道的热门话题下留言,提及书城的直播信息,吸引更多潜在观众。

选品是播前准备的重要一环,在此次4·23直播中,选品环节首先考虑本地读者的阅读偏好,通过分析门店内的销售数据、抖音本地读书相关话题热度,优先选择适合各个年龄段、受众面广的图书,同时选择具有收藏价值或类型组合的套装图书,满足本地读者对品质和个性化的追求。对于与节日主题紧密相关的图书,如关于阅读推广、文学历史的书籍,在直播中穿插推荐。总的来看,在选品比例上,畅销热门及新书占60%、特色套装图书占30%、节日主题相关图书占10%。

此外,无论是何种形式的直播,知识储备对主播来说尤为重要,特别是对选品的内容一定要熟悉。胜利书城对主播的要求不在于精读多少,而是一定要通读内容,不能仅看简介和一些片段就把书推介给读者。



播前准备 形象、语言 and 知识储备

在4·23世界读书日这一重要节点,我主要从形象、语言和知识储备三方面调整自身直播定位。一是形象上,选择简约大方的着装,搭配带有河南文化元素的配饰,例如以豫剧脸谱为灵感的胸针,或手持河南新华文创的状元帽冰箱贴、状元帽书签,既体现文化底蕴,又贴合“书香河南”主题。二是语言风格,采用更亲切、富有感染力的表达方式,结合经典作品中的金句拉近与观众的距离。例如介绍路遥的《平凡的世界》时,我会说:“这本书里孙少平坚持,就像咱们河南人骨子里的那股韧劲儿,再难也要把日子过出光来。”三是在知识储备上,提前研读河南本土作家的代表作,如刘震云的《一句顶一万句》,并整理书中涉及的河南方言、风土人情,让解读更具地域贴近性,同时呼应本地读者的深度。

为吸引更多读者走进直播间,在预热阶段,我和团队依托河南新华书店的官方渠道精准发力:一方面采取多渠道联动,通过“河南新华书店旗舰店”抖音号发布短视频,展示直播间精选图书的实拍画面,并穿插直播片段,增强观众信任感。另一方面在时间节点上提前7天启动宣传,每天18点~20

细化选品 打造有地方文化特色的直播风格

■陈 焯(福建新华漳州分公司胜利书城门店图书发行员)

直播中

本土化语言风格与实时互动收获人气

今年世界读书日的直播对我们来说是一次尝试和挑战——一天之内开两场专场直播,并首次在直播内容中加入“图书盲盒”,还赋予每个盲盒生动有趣的描述来吸引读者们的好奇心,增加读者的购买欲望,使整个直播内容更为丰富和有趣。

在团队配合方面,开播时安排两位主播,后台安排一名中控,形成三人为一组的直播团队配置。两名主播各自的侧重点不同:一名主要介绍大众图书,一名主要介绍童书,当一方在推荐自己负责板块类型的图书时,另一方则充当互动和引导购买的角色。

今年我们以抖音本地生活的方式直播,主要聚焦漳州本土的用户。因此,在直播话术上会充分结合本地特色,如开场时用闽南语与直播间读者打招呼:“读者朋友们,今天是4·23世界读书日,漳州市新华书店带着好书和‘福’开播咯,好书多多、福气满满,快到直播间里看看吧”等,亲切感十足的乡音,吸引观众的注意力,介绍图书时多结合漳州本地特色或时下热点“蹭热度”,不仅可加深本地读者的共鸣感,还能吸引外地读者的好奇心。当遇到冷场时,我们用闽南语发起一些互动话题调动气氛。为增加观众的参与感和直播间的活跃度,还设置了问答和读者分享环节,问答环节围绕图书知识、漳州文化等设置,鼓励观众回答,答对的观众下单即可获得赠奖品。读者分享环节邀请观众在评论区分享自己

在漳州市新华书店的难忘经历,推荐自己喜欢的图书,主播选取精彩分享进行展示和点评,并将分享的内容与正在介绍的图书相结合,增加观众的参与感。

在引导观众购买时,我们会先详细介绍图书的价值和实用性,结合本地读者的真实生活场景进行推荐,重点强调优惠活动的限时性和稀缺性。在介绍多种图书时,则按照热度和特色进行排序,先推荐热门图书,给观众一定的思考时间,根据观众的实时互动反馈,调整推荐节奏,确保观众不会感到急促或厌烦。

未来规划

拓展全民参与的阅读圈

目前,胜利书城在线下门店打造了作家分享会,邀请漳州本土作家分享著作,并且以线上同步直播的方式拓展阅读圈,让更多人看到本土作家的作品和漳州的传统文化。后续计划与漳州市区内的学校、图书馆、社区进行更为紧密的合作。如与学校联合举办“校园读书月”,在直播中展示学生们的读书成果、分享阅读心得;和图书馆联合举办线上线下的读书讲座,邀请一些知名作家来分享知识和签售图书,直播同步进行,让更多人能参与进来;与社区合作开展“书香社区行”活动,鼓励社区居民在直播中分享自己的阅读故事。通过多场不同内容的直播活动,让更多读者看到漳州市新华书店不仅是卖书的地方,更是传播知识、传承文化的温暖港湾。

让每场直播成为读者与经典对话的桥梁

■谢彦俞(河南省新华书店发行集团有限公司主播)

点发布1条30秒左右的预告,重点突出“限时福利”和“名家荐书”信息;在直播前3天增设互动话题,例如“晒出你的4月书单@河南新华书店旗舰店,抽10人送热销好书”。

在选品上,我们始终围绕“文化价值”与“读者需求”双核心:经典书籍占比约40%,主要结合河南读者反馈数据,重点解读与本土文化共鸣的章节;热门新书占比约30%,主要参考开卷数据及抖音热榜,这类爆款可作为引流主力;小众精品占比约20%,满足文化爱好者的深度需求;节日主题书约10%,贴合家庭共读场景,并搭配“买绘本送阅读手账”活动,提升转化率。

直播中

限时福利与特色活动 丰富互动内容

我们的直播团队分工明确,由8人组成,分别是5名主播和3名运营。我作为其中一名主播负责重点图书的深度讲解,助播负责实时监控评论区,解答“如何使用优惠券”“配送时效”等疑问,并配合演示图书细节,如重点展示《如果历史是一群喵》的裸脊线装。运营根据实时数据调整策略,例如当在线人数突破100人时,上架“满100元赠定制帆布包”限时福利。

今年4·23世界读书日,河南新华策划了系列

特色活动。“豫见好书”盲盒内含一本经典图书和河南新华文创状元帽冰箱贴或状元帽书签,通过悬念感提升读者的购买欲。“阅读马拉松”通过邀请观众在评论区打卡读书进度,连续打卡3天可凭截图领取优惠券。直播中设计了“解密河南”问答,围绕豫版图书设置问题,答对者赠送《河南寻宝记》图书。在“声音明信片”环节,观众可以留言想对家乡说的话,由我随机朗读并赠送河南新华自有文创产品状元帽冰箱贴或状元帽书签。

未来规划

内容为王 构建全平台传播生态

作为推动全民阅读的主阵地,河南新华书店始终坚守文化使命,依托抖音直播平台构建全民阅读推广新范式,通过专业主播团队深入解读图书内容,以“主播带您读好书”的形式全方位展示图书价值,同步结合“最美读书声”阅读推广活动,打造覆盖全省129家门店的直播矩阵,实现阅读服务全省域触达。在运营中坚持“内容为王”原则,每月25日设立“文化宠粉日”开展主题阅读活动,通过全省373个新媒体账号构建全平台传播生态。全年策划超过200场线上线下联动的文化惠民活动,让每场直播成为读者与经典对话、与文化共鸣的精神家园。



播前准备 细化到配饰与每本书

在4·23世界读书日直播中,我觉得主播可从四个方面调整人设来契合氛围和主题。第一穿着,选择简约、文艺的服装风格,如棉麻质地的衬衫、半身裙,或是带有复古元素的连衣裙等,颜色以素净淡雅为主,给人一种优雅、知性的感觉。第二配饰,搭配一些具有文化气息的配饰,如复古胸针、简约的钢笔项链、有设计感的书签等,展现出对读书文化的热爱。第三场景布置,直播背景可设置为书架或书房一角,摆放一些经典书籍、绿植,营造出安静、舒适的读书氛围。第四语速语调,语速适中,语调温和、舒缓,让观众感受到一种宁静、沉稳的氛围,就像在与朋友分享读书心得一样。

在知识储备方面,要深入了解经典名著,进行研读和理解,能够详细讲解作品的时代背景、主题思想、人物形象等;熟悉读书日相关知识,了解世界读书日的起源、发展及意义,在直播中适当介绍,让观众更深入地认识这个节日;掌握如精读、泛读、快速阅读等不同的读书方法,并能根据不同类型的书籍,向观众介绍合适的阅读方式,帮助观众提高阅读效率和质量。

此外,还要在线上各平台创建如#423读书日直播#、#好书共读#等专属话题标签,发布与直播相关的内容,如推荐书单、主播读书视频等,吸引用户关注和参与话题讨论。还可以举办线上互动活动,如读书心得分享征文比赛、好书推荐评选等,参与者有机会获得直播中的专属优惠或礼品,借助用户的分享扩大活动影响力。

细化到预告发布时间节点和频率,我认为有四个时间节点值得关注:提前一周发布第一则预告,初步介绍直播的大致内容和时间,让观众有个整体印象,开始关注并预留时间;提前三天再次发布预告,详细介绍直播的亮点,如重点推荐图书、优惠活动等,吸引观众的兴趣,激发他们进一步了解的欲望。提前一天进行密集宣传,通过短视频、图文等形式强调直播的具体时间、平台链接等关键信息,同时可以发布一些主播的读书片段或精彩语录,营造氛围,提醒观众准时观看。直播前数小时,发布最后一次预告,以简短明了的信息再次提醒观众直播即将开始,并附上直播链接,方便观众直接进入直播间。

直播中

互动话术与活动必不可少

今年世界读书日期间,我们的图书选品中,经典书籍占30%左右、热门新书占30%、儿童图书占20%、与节日主题紧密相关的图书占20%。策划安排四位主播轮流播,2名控场。直播活动持续一整天,不同主播分时段接力直播。每位主播在1-2小时直播中深入解读1-2种图书。期间,穿插限时特惠秒杀,设立“读书日特惠专区”,在特定时段对精选好书进行超低折扣秒杀,如经典名著套装、热门畅销书等,折扣力度可达3~5折。限时秒杀的超低折扣和满减福利远超常规直播优惠,对价格敏感的读者极具吸引力,刺激购买欲。此外,接力直播形式新颖,打破常规直播2~3小时限制,超长陪伴时长,也能满足不同时段观众观看需求。

此外,我们还会设计一些互动话术,来和观众拉近距离。如“新进来的宝宝,点个关注,加入粉丝团,福利优先享!有什么想了解的,弹幕留言,我挨个解答。”“家人们,我倒数3个数,截图抽奖,中奖的宝宝送【奖品名称】,准备好你们的手速!3、2、1!”等。值得注意的是,主播要把控引导购买节奏,语言应亲切自然、语速适中,避免过于急切或强硬的推销语气,让观众在轻松的氛围中了解产品和购买信息。告诉观众可以根据自己的需求和喜好来决定是否购买,不强求,给观众足够的自主空间,减轻他们的心理压力。通过安排助手协助查看并回复观众留言,对观众的问题及时解答,让观众感受到被关注,避免因等待回复而产生焦虑。

为了增加活跃度,我们还穿插互动环节,主要有两种,一是幸运抽奖,奖品设置为直播间推荐的图书,抽奖条件可以设为观众发送特定图书相关弹幕,如“我最爱《百年孤独》的理由”。二是促进情感共鸣,读者连麦分享和创意书评挑战赛激发观众表达对图书的情感和见解,从自身感受出发诠释图书主题。

未来规划

多维合作助力全民阅读

越来越多新华书店加入到直播中,但如何通过直播助力全民阅读,如何提升销售打造特色直播间?有四个方向是我们未来发力的重点。

一是有效安排时间,提高观看率。要分析目标受众的空闲时间,提高直播的观看率。

二是打造优质内容,提升直播间“知识含量”。如举办读书分享会,邀请知名作家、学者或阅读达人作为嘉宾,分享他们的读书心得、创作历程等。主播可提前阅读相关书籍,与嘉宾深入探讨书中的核心观点、人物形象等。设置亲子阅读环节,邀请家长和孩子一起参与。

三是加强互动与激励。直播过程中设置问答、抽奖、评论区互动等环节,鼓励观众分享阅读故事和感悟。发起线上阅读打卡挑战,观众在规定时间内完成阅读任务并在评论区打卡,培养观众阅读习惯。

四是拓展推广渠道。与图书馆、学校、出版社等机构合作,借助他们的渠道和资源进行宣传,扩大直播的影响力和覆盖面。

提升直播间「知识含量」
给观众足够自主空间
■张瑞婷(陕西兴平市新华书店营业员/主播)

阅读空间

江西吉安新华庐陵县学店:“文化+商业”实现书店业态再提升

在江西省吉安市吉州区北门街,有一处承载着千年历史文化的地方——庐陵县学。这里不仅是吉安地区官学的代表,孕育了无数名人名士,还见证了红色革命的峥嵘岁月。如今,在原庐陵县学旧址的基础上,一座融合了古色与现代气息的文化复合体——吉安市新华书店庐陵县学店拔地而起,成为传承和弘扬庐陵文化的新地标。

古色与红色交织的文化殿堂

庐陵县学是吉安地区官学的代表。从北宋庆历四年(1044年)庐陵县学正式办学开始,崇文重教的风气便在这里扎根生长,吸引了众多学子前来求学,不仅引领了当地教育的发展,加速了健全教育制度的形成,还培育出了文天祥、胡铨、周必大、欧阳守道等一批在历史上熠熠生辉的人物。1930年,红二十军曾驻军于此,这里因此也成为红二十军指挥部旧址。岁月变迁,古色与红色文化交织相融,让庐陵县学成为中心城区建筑中的宝贵文化遗产。为了更好地传承和弘扬庐陵文化精神,吉安市新华书店在原庐陵县学旧址上精心打造了庐陵县学店。2024年2月6日,这座集图书文创销售、茶饮、研学、文化交流、休闲等多功能于一体的文化复合体正式揭牌开业,立即成为市民和游客们关注的焦点。

庐陵县学店整体占地3000余平方米,它安静幽秘的气质与墙外的车水马龙形成鲜明对比,相映成趣,呈现着一种“大隐隐于市”的奇妙感。其总体设计灵感来源于“天圆地方”的传统文化理念,追求“阴阳平衡”“动静互补”的和谐美感。在最大程度保留庐陵县学旧址历史元素的同时,与现代风格相结合,既不失古典韵味,又彰显新时代美感,集二者之大成。

走进庐陵县学店,首先映入眼帘的是幽雅精致的环境。店内软、硬装潢大气得体,空间布局合理有序,服务设施一应俱全。书架摆放整齐,图书分

类明确,方便顾客快速查找和选择心仪的书籍。

从功能上看,庐陵县学店分为四个主要区域:咖啡休闲区、阅读区、多功能活动区及大城门游览区。咖啡休闲区为进店读者提供健康美味的小吃及口感丰富的饮品。阅读区是书店的核心区域,包括新品推荐、活动促销图书选购厅,庐陵文化及本土作家著作厅,吉州区图书馆庐陵县学分馆及历史、军事图书阅读厅四个图书展厅及主建中间分布的三个星环。星环设计也独具匠心,最外圈的书架摆放着涵盖古典文学、现代文学、小说及少儿读物、教辅、生活、家庭健康等多品类的精美图书,供读者选购和阅读。中间的书桌配备了阅读灯和插座,为96位读者同时提供了舒适的阅读自习环境。大城门游览区设置的庐陵县学历史展览,是了解庐陵文化的重要窗口。

与商业有机结合 搭建文化交流平台

与传统书店门店相比,庐陵县学店在多个方面展现出了独特的创新之处。设计上,庐陵县学店大胆采用“古建+现代风格”的融合方式。在注重书店开放性、互动性的同时,巧妙保留了古建筑韵味,象征着庐陵文化在新时代的传承与延续。业态种类与选品方面,除了常见的畅销书和经典书籍外,庐陵县学店紧密结合当下热点和流行文化进行选书,满足不同读者的个性化需求。特别是庐陵文化及本土作家著作的系列丛书,成为书店的一大特



色亮点。此外,书店还引入了饮品简餐、地方特色酒水、文创产品等经营业态,将文化与生活紧密结合,打造出一站式文化消费体验。如推出“井冈山精神”系列(包含井冈山红旗、胜利的号角、星火油灯等摆件)和“钧源古村文化”系列(包含香薰、檀香、红包等产品)等深受读者喜爱的文创产品,有效带动了非书品的销售增长。

营销方式上,庐陵县学店充分利用社交媒体、线上平台等渠道进行营销推广。通过发布活动招募信息、分享精彩内容,吸引了大量读者的关注。同时,积极与单位、社会机构合作,开展各类文化活动,扩大书店的影响力。注重打造独特的品牌形象,以弘扬庐陵文化为核心价值,吸引了众多对文化有追求的消费者。

自开业以来,庐陵县学店取得了显著的成绩。在文化传播方面,承办数十场各类公益活动、文化活动、促销活动等,涵盖文化讲座、读书分享会、亲子活动等形式,吸引了大量市民参与,在全社会营造了浓厚的文化氛围,这不仅反映了庐陵县学店经营上的成功,也表明了市场对创新型文化业态的认可。
(张绮月)